

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Gizi lebih terjadi karena ketidakseimbangan antara asupan dan pengeluaran energi. Asupan energi berlebih dapat terjadi karena asupan lemak yang berlebih. Ditandai dengan penimbunan lemak yang berlebih disimpan dalam jaringan adiposa (Gibney et.al 2013, hlm.206). Masalah gizi lebih dibagi menjadi dua kategori yaitu, *overweight* dan obesitas (Almatsier 2010, hlm.12). Menurut *World Health Organization* (WHO), masalah gizi lebih sebagai epidemik global. Dalam kurun waktu 25 tahun terjadi peningkatan angka gizi lebih di negara-negara Eropa sebanyak dua kali lipat pada anak-anak yang berusia 6-11 tahun, dan sebanyak tiga kali lipat pada remaja (Gibney et.al 2013, hlm.205).

Gizi lebih merupakan masalah yang banyak dialami oleh beberapa golongan masyarakat salah satunya remaja (Antari 2015, hlm.1). Gaya hidup modern saat ini cenderung menyebabkan status gizi remaja diatas normal (Devi 2012, hlm.21). Gizi lebih pada remaja merupakan salah satu faktor risiko penyakit degeneratif, seperti penyakit kardiovaskular, diabetes melitus, artritis, penyakit kantong empedu, beberapa jenis kanker, gangguan fungsi pernafasan, dan berbagai gangguan kulit. Gizi lebih pada remaja cenderung berlanjut hingga dewasa dan lansia. (Arisman 2010, hlm.78).

Prevalensi gizi lebih semakin meningkat pada semua kelompok jenis kelamin dan usia, termasuk remaja. Menurut WHO tahun 2014, lebih dari 1.9 miliar jiwa mengalami *overweight* dan lebih dari 600 juta jiwa mengalami obesitas. Secara keseluruhan, sebanyak 52% penduduk di dunia mengalami gizi lebih. Prevalensi obesitas di seluruh dunia meningkat dua kali lipat dari 1980 sampai 2014. Menurut Riskesdas tahun 2013, prevalensi gizi lebih pada remaja umur 13-15 tahun di Indonesia sebesar 10,8%, (Riskesdas 2013, hlm.261). Sedangkan hasil Riskesdas Provinsi Jawa Barat tahun 2013, prevalensi gizi lebih pada remaja umur 13-15 tahun sebesar 9,7% serta prevalensi di kota Depok sebesar 13,6% (Riskesdas Jawa Barat 2013, hlm.335).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi gizi lebih adalah konsumsi *fast food*. Pada kalangan remaja, *fast food* memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumsi *fast food* terus meningkat. Menurut penelitian Rosenheck (2008, hlm.546) menunjukkan bahwa konsumsi makanan cepat saji berkontribusi terhadap peningkatan asupan kalori, mempercepat peningkatan gizi lebih. Pola konsumsi makanan cepat saji meningkat dan prevalensi gizi lebih pun mulai meningkat dikalangan anak-anak dan remaja.

Hasil penelitian Saputri (2015, hlm.58) di SMP Negeri 2 Depok, menunjukkan terdapat responden dengan kebiasaan mengkonsumsi *fast food* kategori sering sebanyak 63,8%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat konsumsi *fast food* pada remaja sangat tinggi. Penelitian yang dilakukan Putri (2009, hlm.6) bahwa ada hubungan antara pola konsumsi *fast food* (berdasarkan frekuensi dan jumlah konsumsi) dengan kejadian *overweight* pada remaja putri di Surakarta dibuktikan dengan ($p < 0,05$). Berdasarkan penelitian Arlinda (2015, hlm.11), ada hubungan frekuensi konsumsi *fast food* dengan obesitas pada remaja dengan nilai ($p = 0,000$). Penelitian yang dilakukan di SMP Negeri 3 Jember menunjukkan terdapat hubungan pola konsumsi *fast food* dengan kejadian gizi lebih dengan nilai ($p < 0,05$) untuk konsumsi jenis *fast food* (Nugrahaningsih 2010, hlm.4).

Promosi makanan cepat saji juga dapat mempengaruhi remaja dalam mengkonsumsi *fast food*, karena mereka beranggapan dengan mengkonsumsi *fast food* dapat menaikkan status sosial, menaikkan gengsi dan tidak ketinggalan globalitas di antara teman sebayanya. Adanya promosi *fast food*, sangat berpengaruh terhadap kebiasaan mengkonsumsi *fast food*. Promosi *fast food* yang kini banyak disebarluaskan melalui iklan *fast food* di media massa (Kuroifah 2014, hlm.4).

Menurut Anderson dalam Sinaga (2012, hlm. 3), media massa baik media cetak maupun elektronik dikatakan juga sebagai salah satu faktor yang dapat menyebabkan timbulnya pola makan yang buruk. Media cetak yang digunakan untuk menyebarluaskan iklan dapat berupa leaflet, flyer/selebaran, spanduk, banner, poster, surat kabar, majalah dan media elektronik berupa televisi dan radio serta internet. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nusa, et.al

(2013, hlm.22), bahwa sebanyak 100% responden mendapat informasi mengenai *fast food* melalui iklan *fast food* di televisi dan 75,7% melalui papan reklame.

Salah satu penelitian yang dilakukan di Jakarta, menunjukkan bahwa responden yang terpengaruh oleh iklan *fast food* di media massa sebesar 60,6% lebih sering mengkonsumsi makanan jajanan seperti *fast food* (Aulia 2012, hlm.70). Penelitian yang dilakukan Emalia menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik pada iklan *fast food* di media massa dengan frekuensi konsumsi *fast food* pada remaja dengan nilai (p value 0,050) (Emalia 2009, hlm.2-4).

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan, maka penulis tertarik untuk meneliti apakah frekuensi konsumsi *fast food* dan iklan *fast food* di media massa berhubungan dengan kejadian gizi lebih pada remaja di SMP Yaspen Tugu Ibu 1 Depok.

I.2 Rumusan Masalah

Remaja yang sehat akan menjadi generasi penerus bangsa yang berkualitas sehingga dapat memajukan bangsa dan negaranya. Namun, remaja sehat di Indonesia semakin berkurang hal ini ditandai dengan adanya peningkatan prevalensi gemuk pada remaja 13-15 tahun sebesar 5,8% dari hasil Riskesdas tahun 2010, pada tingkat nasional prevalensi gizi lebih pada anak umur 13-15 tahun adalah sebesar 2,5% (Riskesdas 2010, hlm.50) serta menurut Riskesdas tahun 2013, prevalensi gizi lebih pada remaja umur 13-15 tahun di Indonesia sebesar 10,8% (Riskesdas 2010, hlm.261). Gizi lebih pada remaja akan berpengaruh pada kesehatannya karena dapat menimbulkan penyakit degeneratif (Arisman 2010, hlm.78).

Kemajuan dan perkembangan zaman yang semakin modern dapat menyebabkan perubahan pola makan remaja. Didukung dengan banyaknya produsen makanan yang menyediakan makanan praktis untuk dikonsumsi salah satunya *fast food* (Kuroifah 2014, hlm.1). Pengaruh paparan iklan *fast food* di media massa juga meningkatkan frekuensi konsumsi *fast food* (Aulia 2012, hlm.91). Berdasarkan studi awal yang telah dilakukan pada siswa/i SMP Yaspen Tugu Ibu 1 Depok, menunjukkan bahwa 16% responden mengalami gizi lebih,

100% menyukai *fast food*, 63% mengkonsumsi *fast food* 2-3 kali dalam seminggu dan jenis *fast food* yang paling disukai adalah *pizza* sebesar 26% serta terdapat restoran *fast food* di depan sekolah. Hal ini yang melatar belakangi terjadinya gizi lebih, maka dapat diperoleh rumusan masalah apakah ada hubungan frekuensi konsumsi *fast food* dan iklan *fast food* di media massa terhadap kejadian gizi lebih pada remaja di SMP Yaspen Tugu Ibu 1 Depok tahun 2016.

I.3 Tujuan

I.3.1 Tujuan Umum

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan frekuensi konsumsi *fast food* dan iklan *fast food* di media massa terhadap kejadian gizi lebih pada remaja di SMP Yaspen Tugu Ibu 1 Depok tahun 2016.

I.3.2 Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui gambaran kejadian gizi lebih pada siswa/i SMP Yaspen Tugu Ibu 1 Depok.
- b. Untuk mengetahui gambaran frekuensi konsumsi *fast food* pada siswa/i SMP Yaspen Tugu Ibu 1 Depok.
- c. Untuk mengetahui gambaran paparan iklan *fast food* di media massa siswa/i SMP Yaspen Tugu Ibu 1 Depok.
- d. Untuk mengetahui hubungan antara frekuensi konsumsi *fast food* dengan kejadian gizi lebih pada siswa/i SMP Yaspen Tugu Ibu 1 Depok.
- e. Untuk mengetahui hubungan antara iklan *fast food* di media massa dengan kejadian gizi lebih pada siswa/i SMP Yaspen Tugu Ibu 1 Depok.

I.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan peneliti dalam mengkaji suatu permasalahan yang terdapat dimasyarakat serta dapat memperdalam kemampuan melakukan suatu penelitian.

b. Bagi Institusi Pendidikan

Penelitian ini dapat menambah karya penelitian di institusi terkait dan juga dapat menjadi salah satu acuan atau dasar dilakukannya penelitian selanjutnya. Data yang diperoleh dari penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk merencanakan dan menentukan kebijakan serta program dalam upaya mengatasi masalah gizi lebih yang terjadi saat ini.

c. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat memperkaya keilmuan mengenai hubungan frekuensi konsumsi *fast food* dan iklan *fast food* di media massa terhadap kejadian gizi lebih

